



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

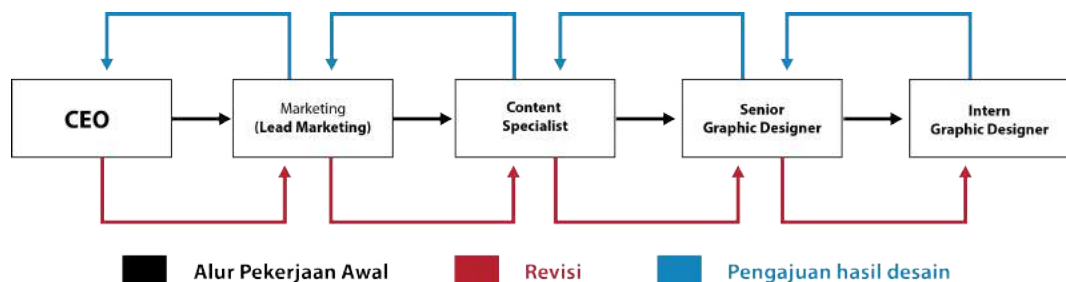
#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

##### 1. Kedudukan

Kedudukan penulis pada PT. Sribu Digital Kreatif ialah *Graphic Designer Intern* yang diposisikan pada divisi *Marketing*. Team marketing dipimpin oleh Anangga Gunawan selaku *Lead Marketing* yang berperan sebagai pembimbing lapangan bagi penulis. Namun dalam pelaksanaannya jika *Lead Marketing* sedang berhalangan untuk hadir atau sedang sibuk *menghandle* pekerjaan lain yang lebih urgent, biasanya penulis akan di supervisi oleh Senior Desainer Grafis yang ditugaskan yaitu Indra Strefano.

##### 2. Koordinasi

Tabel dibawah ini merupakan alur koordinasi *team marketing* di PT. Sribu Digital Kreatif.



Gambar 3.1 Bagan Alur Kordinasi

Alur koordinasi pekerjaan yang ada di PT. Sribu Digital Kreatif dimulai dari *CEO* yang biasanya setiap pagi mengadakan *stand up* pagi sebelum memulai bekerja. *Stand up* disini membahas segala macam *sharing* baik permasalahan maupun achievement perhari, pekerjaan apa saja yang sudah dilakukan kemarin dan apa yang akan dikerjakan dihari itu. *Stand up* biasanya diikuti oleh *team marketing* dan *team operation* dan dihadiri pula dengan *CEO*.

Dari setiap *stand up* yang ada membahas adanya permasalahan yang ada, khusus untuk *team marketing* tentunya yang dibahas adalah bagaimana cara *SEO* Sribu bisa naik? Bagaimana orang dapat mengenal Sribu? Bagaimana dengan kompetitor? Apakah iklan berbayar di media sosial berpengaruh terhadap penjualan bulan ini? Perlukah dibuat ulang desain *feed instagram* yang lama dengan yang baru? Perlu tidaknya *new guideline* untuk logo Sribu?

Namun untuk secara detail tentunya *CEO* memberikan masukan dan *brief* mengenai beberapa masalah tersebut *meeting* dengan *Lead Marketing*, selanjutnya *Lead Marketing* berkoordinasi dengan *Content Specialist*, lalu *Content Specialist* memberikan *brief* kepada *Senior Graphic Designer* dan *Intern Graphic Design* yang tentunya melakukan diskusi brainstorming bersama-sama. Barulah *Graphic designer* mengerjakan proyeknya, jika sudah selesai akan diasistensi terlebih dahulu oleh *Senior Graphic Designer*, selanjutnya kepada *Content Specialist* dan selanjutnya *Lead marketing*. Selanjutnya *Lead Marketing* akan menunjukkan ke *CEO* mengenai saran apakah ada yang perlu ditambah atau kurang, diperbaiki dan lainnya. Jika diperlukan revisi maka akan dilakukan revisi.

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani praktek kerja magang di PT. Sribu Digital Kreatif, penulis mengerjakan berbagai macam proyek. Berikut adalah *table* yang berisikan

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1.	1. Pengenalan kantor, <i>culture</i> , karyawan 2. Redesain <i>T-shirt</i> Sribu Redesain <i>Header</i> sosial media Sribu 3. Redesain proposal <i>#SribuTalks</i> 4. Desain <i>Instagram Post</i> Sribu	Diminggu pertama diawali dengan beradaptasi dengan lingkungan kerja yang baru. Selanjutnya Membuat desain <i>t-shirt</i> Sribu yang baru yang akan digunakan untuk <i>team marketing</i> yang akan bertugas di <i>event</i> . Lalu <i>redesign proposal SribuTalks</i> . Lalu membuat

		5. Membenahi <i>Company Profile</i> .	desain <i>instagram post</i> dari <i>brief</i> yang telah diberikan oleh <i>content specialist</i> .
2.	2.	1. <i>Design Instagram Post</i> Sribu. 2. <i>Design Retargeting</i> Sribu kategori Logo (iklan berbayar di media sosial). 3. <i>Design twibbon</i> (buat beberapa <i>alternative</i> ) 4. Lanjut revisi <i>company profile</i> Sribu untuk media. 5. Desain brosur Sribu.	<i>Design retargeting</i> Sribu kategori Logo untuk iklan berbayar di media sosial dengan menggunakan 4 USP ( <i>unique selling point</i> ) yang dimiliki oleh Sribu (buat 2 ukuran, <i>square</i> dan <i>portrait</i> untuk <i>instagram stories</i> ).  Desain Brosur diperuntukan kebutuhan internal Sribu ketika mengikuti <i>event/</i> pameran yang akan dibagikan kepada pengunjung.
3.	3.	1. Buat beberapa <i>alternative</i> desain brosur. 2. Desain Infografis Sribu 3. Revisi desain brosur 4. Mulai desain <i>Banner</i> Sribu.	Untuk desain infografis dibuat 2 ukuran <i>landscape</i> dan <i>portrait</i> , dan ada beberapa revisi dari pihak proximity.  Revisi brosur mengenai isi konten serta warna yang akan digunakan.
4.	4.	1. Revisi brosur lagi 2. Test print brosur. 3. Revisi desain <i>banner</i> Sribu 4. Brosur naik cetak 5. Buat <i>alternative</i> desain <i>namecard</i> karyawan	Revisi Brosur sampai naik cetak.

		<p>Sribu.</p> <p>6. Buat beberapa <i>alternative</i> desain brosur untuk <i>next Event</i>.</p>	
5.	5.	<p>1. Revisi brosur (lagi) untuk <i>next event</i></p> <p>2. Revisi <i>company profile</i> Sribu untuk ke media (dari <i>proximity</i>).</p> <p>3. <i>List freelancer</i> terbaik (projek <i>instagram stories</i>)</p> <p>4. Memilah <i>freelancer</i> yang terbaik dari <i>list</i> yang ada untuk di <i>up</i> di <i>instagram stories</i>.</p> <p>5. Desain <i>cover highlight</i> instagram “<i>Freeelancer</i> Sribu”</p> <p>6. Mulai desain <i>highlight instagram freelancer</i> terbaik yang terpilih Mas Dody R.</p>	<p>Untuk revisi <i>company profile</i> dari <i>proximity</i> ada penambahan <i>portfolio</i>, serta cuplikan <i>freelancer</i>.</p> <p>Untuk projek <i>freelancer</i> terbaik di Sribu yang akan di <i>up</i> di <i>instagram stories</i>, penulis membuat <i>list</i>, menyeleksi lalu menghubungi satu persatu <i>freelancer</i> untuk meminta data pribadi seperti foto, <i>portfolio</i> dengan <i>high resolution</i>.</p> <p><i>Project freelancer</i> terbaik yang akan di <i>up</i> di <i>Instagram Stories</i> dan masuk <i>highlight instagram</i> Sribu dimulai dari desain <i>cover highlight freelancer</i>, <i>alternative</i> desain <i>covernya</i>, kalau sudah setuju dipilih lalu lanjut mendesain bagian pengenalan <i>freelancer</i> sampai dengan <i>portfolio</i> yang mereka telah buat. *Masing-masing <i>freelancer</i> memiliki 3 <i>slot stories</i>.</p>

6.	6.	<p>1. Buat desain kolase <i>portfolio</i> berdasarkan kategori yang ada di paket <i>website</i> Sribulancer.</p> <p>2. <i>Blog</i> Sribu (memilah <i>content blog</i> Sribu mana yang digunakan untuk <i>freelancer</i> dan mana yang digunakan untuk <i>clients</i>)</p>	<p>Desain kolase yang berisikan kumpulan <i>portfolio</i> tersebut merupakan <i>project</i> yang akan digunakan untuk <i>canned response</i> di <i>Freshchat</i> (yang akan digunakan oleh <i>Sales Operator</i>), desain kolase <i>portfolio</i> dibuat berdasarkan kategori paket jasa yang disediakan oleh Sribulancer. Hal ini berguna untuk mempermudah komunikasi antara calon klien yang sedang <i>chating</i> di <i>chatbox</i> dengan <i>sales operator</i> yang membalasnya.</p>
7.	7.	<p>1. Melanjutkan desain projek <i>canned response</i> (Kolase portofolio) berdasarkan 20 kategori yang ada di <i>website</i> Sribulancer.</p> <p>2. <i>Follow up freelancer</i> terbaik untuk <i>next post</i> .</p> <p>3. Desain beberapa <i>alternative giftcard "holiday season"</i> klien IBKUL</p> <p>4. Desain <i>highlight freelancer</i> terbaik <i>next post</i> mas Krisna-kategori</p>	

		<p>fotografi.</p> <p>5. Memantau aktivitas <i>live chat</i> Sribu + Sribulancer yang dilakukan oleh <i>sales operator</i> dengan klien</p> <p>6. Membuat <i>list</i> masalah apa saja yang ditemukan di <i>live chat</i>.</p>	
8.	8.	<p>1. Lanjut <i>review Live chat</i></p> <p>2. Buat desain <i>icon</i> untuk <i>client testimony</i>.</p> <p>3. Buat desain <i>cover highlight</i> “<i>clients testimony</i>” untuk di instagram.</p> <p>4. <i>Follow up freelancer</i> lainnya yang telah di <i>list</i> untuk menyertakan foto pribadi dan <i>portfolio</i> mereka dalam bentuk <i>high resolution</i>.</p> <p>5. Desain <i>freelancer</i> terbaik edisi mas Zeta (terbaik di video animasi) dan mas Ipun terbaik dalam <i>video shooting</i>. Untuk di <i>highlight</i> instagram, masing-masing <i>freelancer</i> 3 slot <i>stories</i>.</p> <p>6. Revisi brosur lagi.</p>	

9.	9.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desain <i>Instagram highlight</i> “freelancer terbaik selanjutnya mas Nigel - kategori <i>web developer</i>.</li> <li>2. <i>Follow up freelancer</i> lainnya lagi.</li> <li>3. <i>Review live chat</i> Sribu+Sribulancer</li> <li>4. Desain <i>Instagram highlight</i> “freelancer terbaik” Beranda Studio dengan kategori Sosial Media Marketing.</li> <li>5. Revisi Brosur lagi.</li> <li>6. Mulai membuat <i>New Guidelines</i> untuk logo Sribu.</li> <li>7. Desain <i>namecard</i> dipilih, lalu lanjut untuk direvisi</li> </ol>	
10.	10.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Design Instagram Highlight</i> “freelancer terbaik” Ibu Clarissa – kategori <i>Business &amp; Content Writer</i>.</li> <li>2. <i>Follow up</i> lagi <i>freelancer</i> untuk kategori lainnya.</li> <li>3. Desain <i>Instagram highlights</i> “freelancer</li> </ol>	<p><i>Project New Guideline</i> untuk logo Sribu dikerjakan penulis dari beberapa revisi hingga <i>final</i> yang akan dipakai (ada beberapa penambahan <i>content</i> dalam <i>new guideline</i> logo Sribu yang pada desain sebelumnya tidak tertera.)</p>



	<p>terbaik” Merlina kategori <i>Interior Design</i>.</p> <p>4. Revisi <i>new guideline</i> Sribu.</p> <p>5. Desain <i>Instagram highlights</i> “freelancer terbaik” mas Prasetyo (id: Madjumapan) untuk kategori <i>Packaging Design</i>.</p> <p>6. <i>Final</i> desain <i>namecard</i> karyawan Sribu.</p>	
--	---	--

Tabel 3.1. Detail pekerjaan yang dilakukan selama magang

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Secara keseluruhan pekerjaan yang penulis lakukan selama kerja magang di PT. Sribu Digital Kreatif ialah berhubungan dengan desain grafis khususnya *development media* untuk *marketing* seperti : *Instagram post feeds*, *Instagram stories highlight*, membuat *new guideline* untuk logo Sribu, desain *brochure*, desain *namecard*, desain *banner*, desain *T-shirt* Sribu, desain iklan bersponsor Sribu di media sosial.

#### 3.3.1. Proses Pelaksanaan

Selama penulis melaksanakan kerja praktik magang di PT. Sribu Digital Kreatif, penulis telah mengerjakan beberapa *project*. Dari banyaknya pekerjaan yang telah dikerjakan, penulis memilih tiga pekerjaan yang penulis sangat banyak berkontribusi di dalamnya.

##### 3.3.1.1. Membuat *new guideline* untuk logo Sribu

Salah satu *project* utama penulis ialah membuat desain baru untuk *guideline* logo Sribu. Penulis mendapatkan *brief* dari *content specialist* bahwa kedepannya Sribu harus memiliki *brand guideline* yang baru yang

lebih *fresh* dengan isi *content* didalamnya lebih lengkap selayaknya *brand guideline* pada sebuah *company* besar yang profesional.

PT. Sribu Digital memiliki dua produk jual yaitu Sribulancer dan Sribu. Perbedaan antara keduanya lebih kepada harga paket “jasa (desain, videografi, fotografi, penulisan,dll)” dan *benefit* yang di dapat. Jika Sribulancer lebih mengacu kepada kepentingan masyarakat yang memiliki usaha kecil menengah yang membutuhkan jasa baik desain, penulisan fotografi, videografi, dll tentunya harga paket dan *benefit* yang diberikan jauh lebih murah dari Sribu. Sedangkan Sribu biasanya memiliki target *client* besar seperti *corporate multinational*.

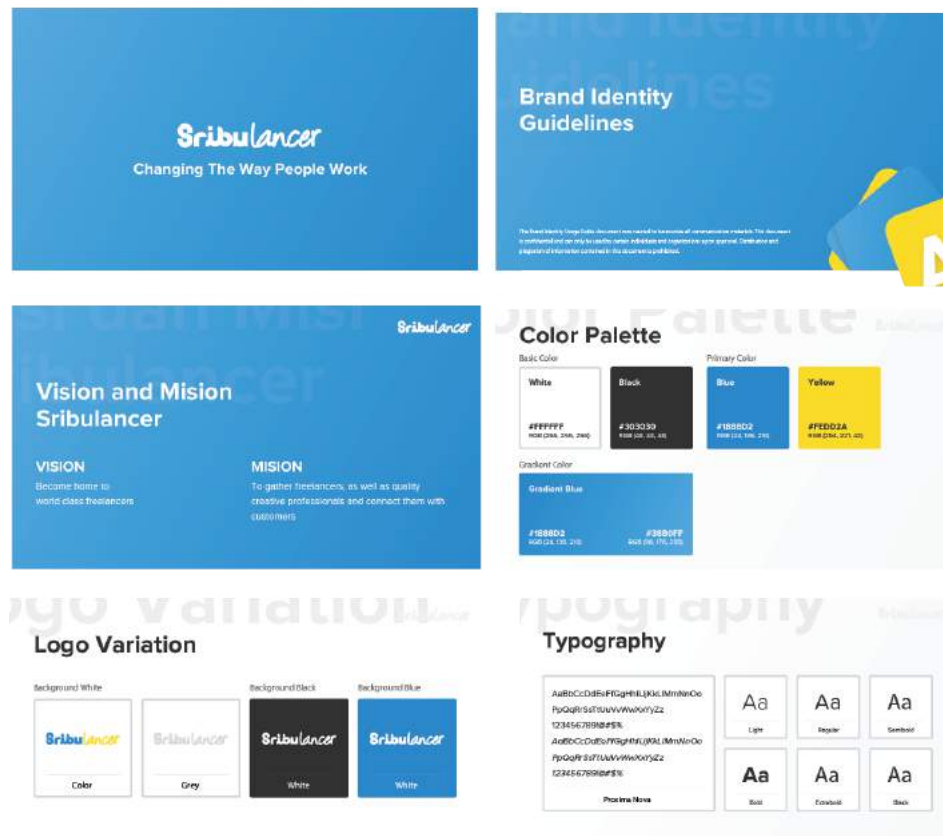
Di pertengahan tahun 2019, *CEO* Sribu ingin *membranding* bahwa Sribulancer dan Sribu merupakan satu kesatuan produk yang disebut Sribu. Maka dari itu logo Sribu yang semula berwarna merah dan Sribulancer berwarna biru dan kuning dirubah menjadi “Sribu” dengan *pallette* warna biru yang digunakan pada logo Sribulancer sebelumnya. Penulis diminta untuk *membranding* Sribu dengan penggunaan warna putih yang diperbanyak dan warna biru yang dikurangkan.



Gambar 3.2 Transformasi Logo Sribu

Logo diatas merupakan logo yang sudah ada pada *Sribu's company*. Pasalnya selama ini banyak desainer sebelum penulis masuk

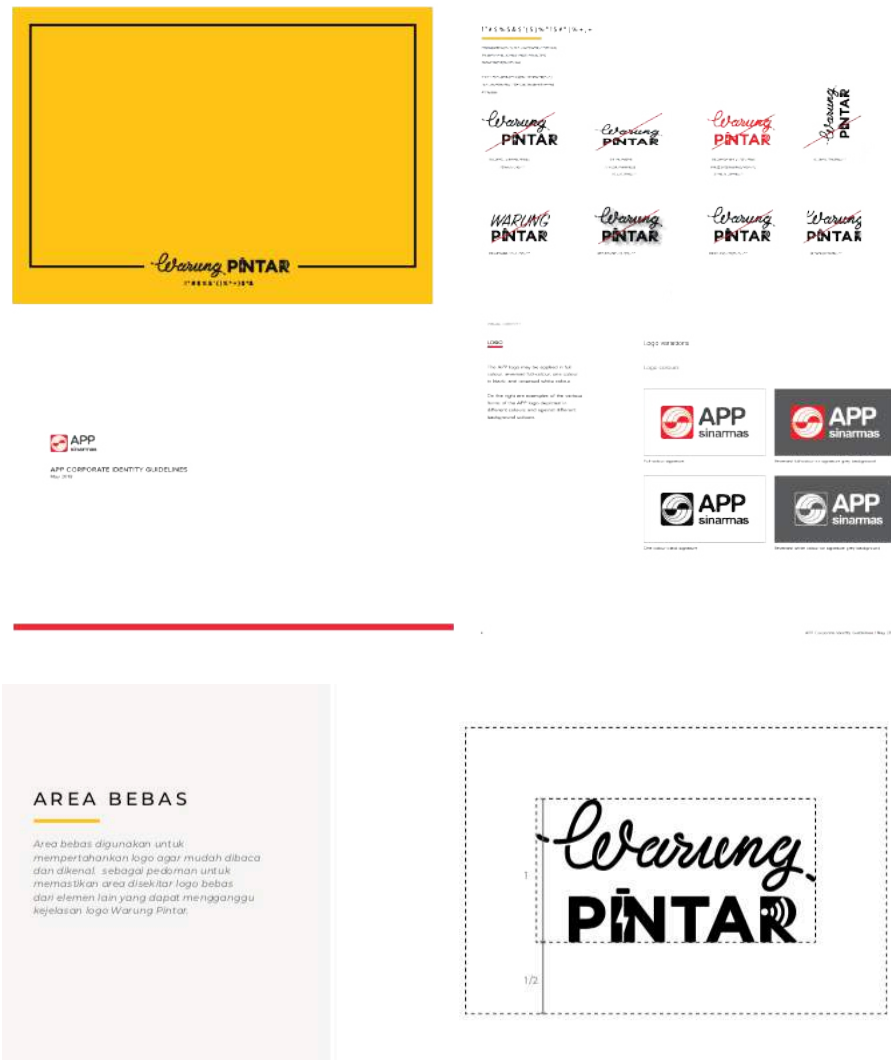
bekerja di PT. Sribu Digital Kreatif merasa kesulitan dalam mendesain dengan alasan *brand guidelines*nya yang kurang jelas dan *content*nya yang terlalu sedikit, dari segi visualnya pun terlihat kurang menarik.



Gambar 3.3. *Brand Guideline* Sribu yang lama

Penulis memulai pekerjaan ini dengan memahami *brand guideline* yang lama, lalu memahami maksud *creative brief* yang telah diberikan oleh *content specialist*. Inti dari isi *brief* yang diberikan ke penulis ialah buatlah *new guidelines* untuk logo Sribu, lengkap dengan warna baru yaitu biru, warna biru diambil dari warna Sribulancer, *takeout* warna kuning pada *color schemes*, ditambahkan *rules* yang berlaku untuk logo Sribu seperti variasi logonya seperti apa, penggunaan logonya bagaimana, dan perbanyak penggunaan warna putih untuk background agar tidak monoton selalu menggunakan warna biru. Secara garis besar *Brand Guideline* yang baru tetap ingin mempertahankan unsur warna utama Sribu yaitu biru,

putih, hitam. Penulis juga mencari referensi *Brand Guideline* milik perusahaan lain sebagai pertimbangan isi *content* yang lengkap terperinci.

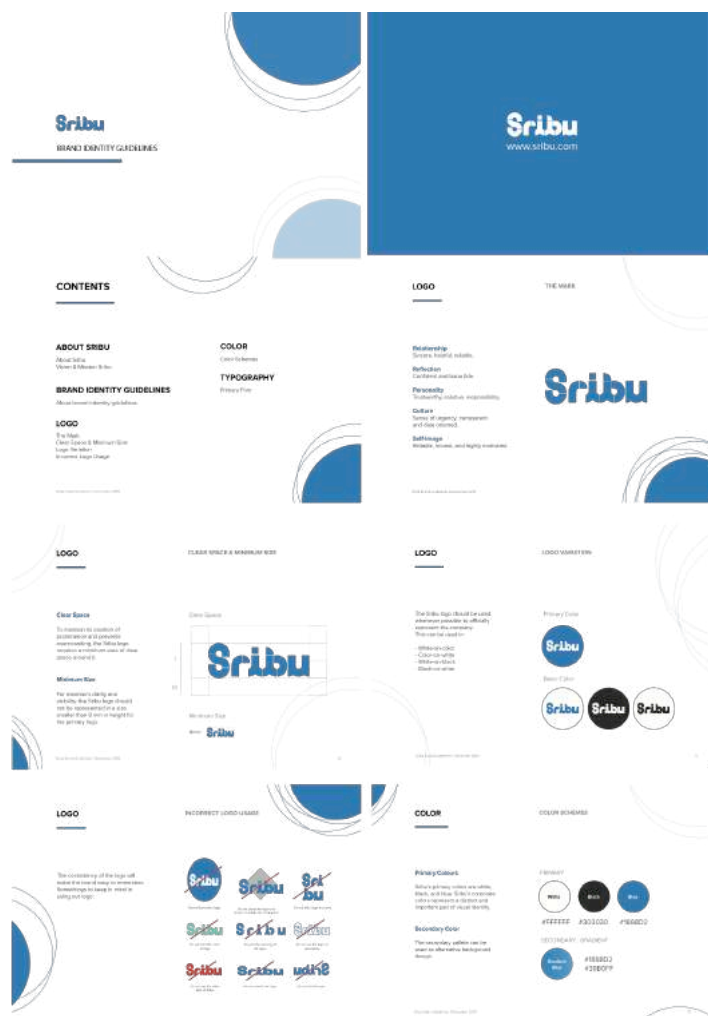


Gambar 3.4 Referensi Isi *Content* dan desain *Guidelines* logo

Gambar diatas merupakan referensi penulis dalam membuat desain *brand guideline* Sribu yang baru, gambar diatas terdiri dari dua perusahaan yang berbeda yaitu Warung Pintar *brand guideline* dan APP sinarmas *coorporate identity*. Berdasarkan referensi diatas, penulis berencana akan membuat sebuah desain yang lebih *modern*, rapih, *simple*, tapi fokus dan mudah terbaca apa maksud isi *brand guideline* tersebut. Setelah penulis mempertimbangkan apa saja yang perlu ditambahkan dalam *new guideline* untuk logo Sribu, penulis memutuskan untuk

menambahkan beberapa hal yang belum ada sebelumnya. Beberapa isi *content* pada *new guidelines* untuk logo Sribu yang penulis tambahkan ialah *logo variation*, *clear space* and *minimum size logo*, *incorrect logo usage*, *logo usage* disertai dengan penjelasannya, dll.

Kemudian penulis langsung memulai desain sesuai dengan *creative brief* yang telah diberikan. Lalu penulis membuat dua alternatif desain. Alternatif desain *new guidelines* logo Sribu yang pertama hampir semua *copywriting* berada di rata kiri, namun ada perbedaan yang signifikan. Pada desain alternatif yang pertama, penulis menambahkan *ornament* lingkaran, hal ini dilakukan guna *background* putih tidak terlalu banyak *space* yang kosong.



Gambar 3.5 Alternatif 1 desain *new guideline* logo Sribu

# Brand Identity Guidelines

IDENTITY MANUAL

Sribu



01

About Us

Brand & Mission Sribu

02

Brand Guidelines

Visual & Verbal Identity Guidelines Sribu

03

Logo Guidelines

For Brand, Clear Space & Minimum Size, Logo Variations, Horizontal Logo Usage, Square Brand

04

Brand Color

Color Scheme

05

Typography

Primary Font

## 1. About US

PT. Sribu Digital Knead® (Sribu) is the first Indonesian marketplace platform for services that connects small, medium, large businesses with freelancers, focusing on delivering quality goods, video, design, writing, website, and digital marketing services.

Established in 2019, Sribu has over 150,000 professional content creators as a part of Sribu community. The company has a global track record of supporting over 30,000 SMEs and multinational companies who want to expand their online businesses.

## 3. Logo Guidelines

### Logo Guidelines

#### Clear Space

To maintain its position of prominence and prevent overcrowding, the Sribu logo requires a minimum area of clear space around it.

#### Minimum Size

For maximum clarity and visibility, the Sribu logo should not be represented in a size smaller than 6 mm in height for the primary logo.

#### Clear Space



#### Minimum Size



Clear Space & Minimum Size

### Logo Guidelines



Signage Board : 07 x 1 m



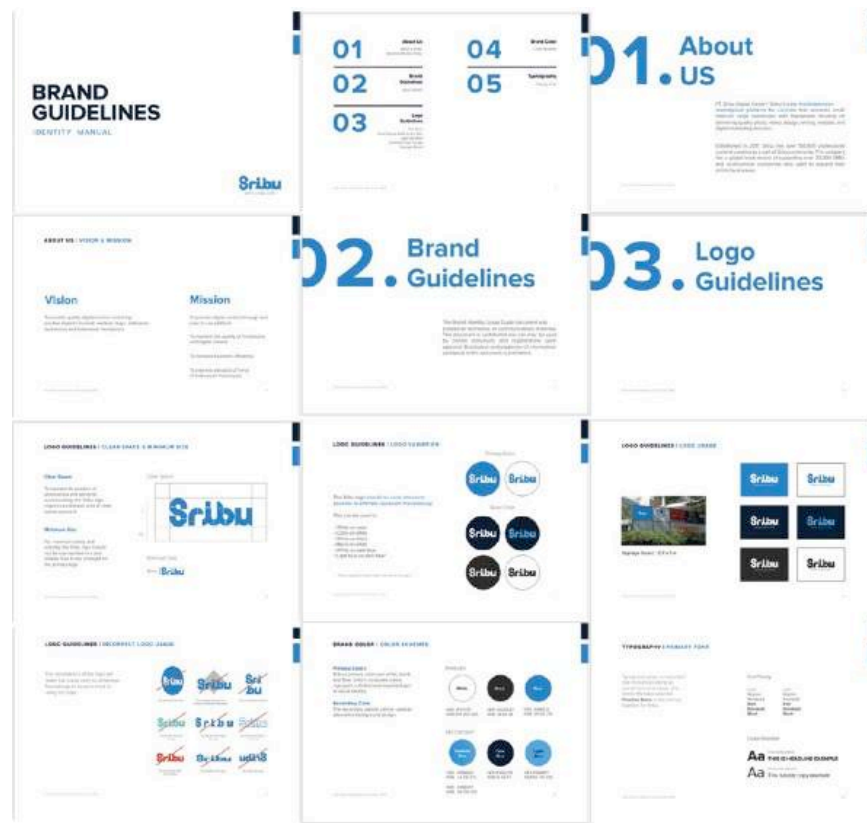
Incorrect usage logo

Gambar 3.6 Alternatif 2 Desain *Brand Identity Guideline* Sribu

Gambar diatas merupakan dua desain alternatif untuk *New Guideline* logo Sribu yang baru. Penulis hanya menampilkan sebagian “cuplikan isi *new guidelines* untuk logo Sribu” yang artinya tidak semua isi *content* ditampilkan.

Setelah penulis membuat dua alternatif desain *brand guideline* yang berbeda selanjutnya penulis melakukan asistensi dengan *Senior Graphic Designer* Indra Stefano, kemudian beliau memilih desain alternatif yang kedua.

Langkah selanjutnya pihak *Senior Graphic Designer* mendiskusikan dua alternatif tersebut kepada *Content Specialist* dan *Lead Markerting*. Ketiganya sepakat untuk memilih alternatif desain yang kedua namun, ada beberapa revisi kecil namun banyak yang harus dilakukan oleh penulis diantaranya logo Sribu dipindahkan ke kanan, dibagian *About Us* sebaiknya judul dan isi penjelasan tidak usah dipisah halaman melainkan digabung dalam satu *artboard*, begitu juga dengan *part 02* yang *Logo Guidelines*. Kemudian *color schemes* ada yang ditambahkan dengan warna lain pengganti warna kuning, warna kuning di *takeout*. Lalu pada bagian *logo variations* jangan lupa untuk menambahkan dengan warna baru, dan yang terakhir *primary font* pada bagian *typography* susunannya mohon dirubah dan tidak perlu menggunakan contoh abjad huruf a-z.



Gambar 3.7 Revisi desain *New Guideline* logo Sribu.

Gambar diatas merupakan hasil revisi *Brand Guideline*, kemudian dicek oleh dari *Senior Graphic Designer* hingga *CEO* akhirnya menyetujui dan dijadikan final desain. Gambar revisi *guideline untuk logo* Sribu tersebut hanya berisi beberapa cuplikan jadi bukan keseluruhan dari *final new Guideline* untuk logo Sribu yang ditampilkan.

Dari keseluruhan desain yang telah dikerjakan, penulis menggunakan *typeface Proxima Nova* sebagai *Primary Font*, dan rata-rata *background artboard* menggunakan warna putih atau *clear space* agar terlihat lebih *modern*, tersusun rapih, mudah dipahami, penulis menggunakan rata kiri hampir diseluruh *copywriting* yang ada.



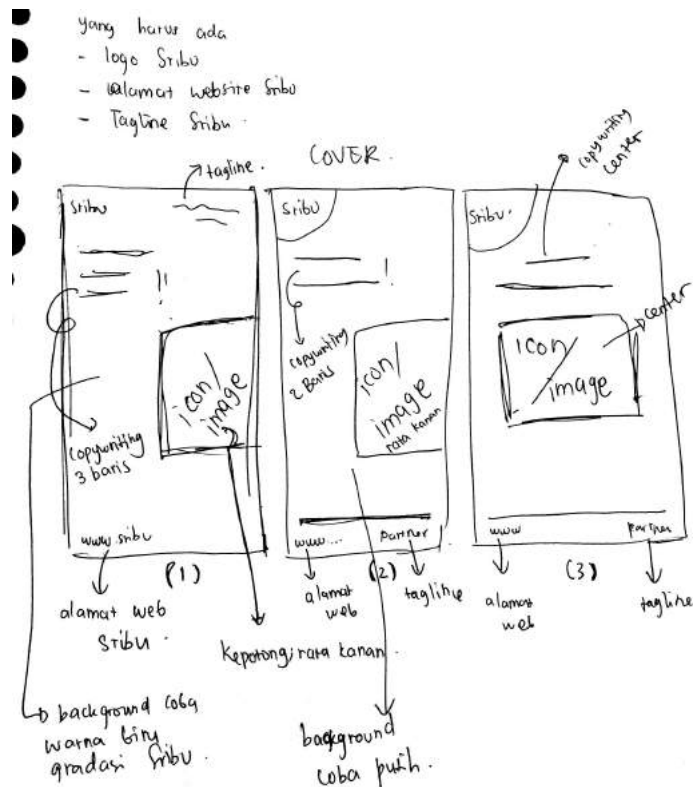
### 3.3.1.2. Desain *Instagram Highlight Post* “Best Freelancer in Sribu”

Projek selanjutnya yang penulis kerjakan selama melaksanakan praktik kerja magang di PT. Sribu Digital Kreatif ialah *project* pengenalan *freelancer* terbaik yang dimiliki Sribu. Hal ini berkaitan dengan peran *freelancer* yang banyak berkontribusi bagi Sribu. Oleh karena hal tersebut Sribu ingin membuat semacam *reward* kepada *freelancer* terbaik dengan menampilkan dan mempromosikannya melalui media sosial khususnya instagram Sribu.

*Postingan* pengenalan *freelancer* terbaik akan di *upload* di Instagram Sribu seminggu sekali, setiap *freelancer* memiliki 3 *slot* instagram *stories* yang berisikan profil pribadi yang dilengkapi *username* pada Sribu dan *portfolio* terbaik menurut mereka. *Freelancer* terbaik ini dipilih berdasarkan berbagai macam alasan seperti *freelancer* paling laris dan *freelancer* yang tentunya memiliki *portfolio* yang baik.

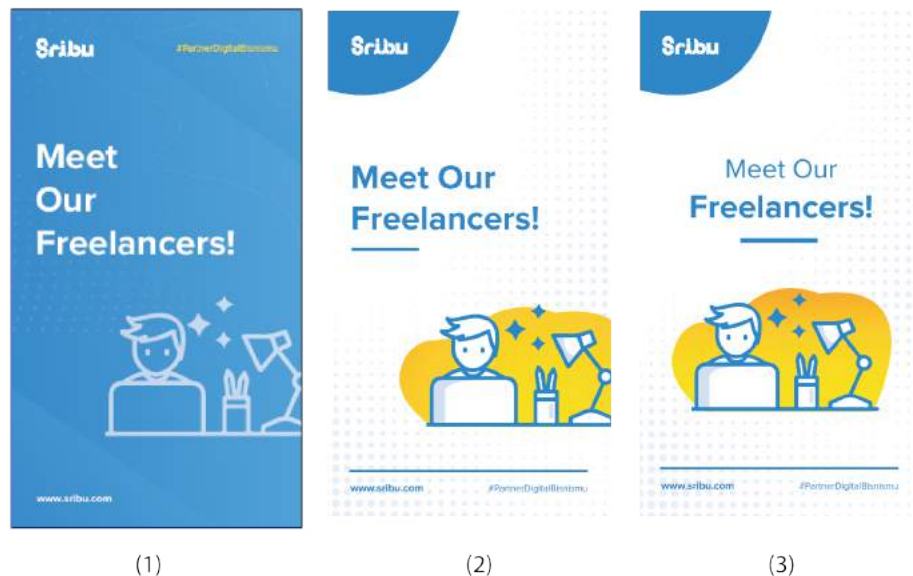
*Project* ini cukup memakan waktu mengingat, penulis harus membuat *list freelancer* yang baik dari banyaknya kategori paket yang ada di Sribu. Setelah membuat *list*, penulis menghubungi satu per satu *freelancer* tersebut untuk dimintai izin sekaligus meminta data pribadi seperti foto pribadi dan portofolio *terupdate* dengan resolusi yang tinggi.

Setelah itu penulis mendesain *cover highlight* untuk *freelancer* terbaik. Setelah itu mulai mendesain satu per satu *freelancer* yang telah menyerahkan foto diri dan portofolionya. Kemudian penulis mulai membuat sketsa untuk membuat *layout* desain *highlight instagram best freelancer* untuk bagian *cover* terlebih dahulu.



Gambar 3.8 Sketsa alternatif *layout cover instagram highlight*

Setelah membuat sketsa alternatif *layout cover instagram highlight freelancer* terbaik, penulis melanjutkan menjadi proses digital. Desain dibuat menggunakan *software Adobe Illustrator*, semua *copywriting* dibuat menggunakan font Proxima Nova, desain dibuat pada *artboard* ukuran 1920 x 1080 px. Dan berikut adalah hasil digitalnya.



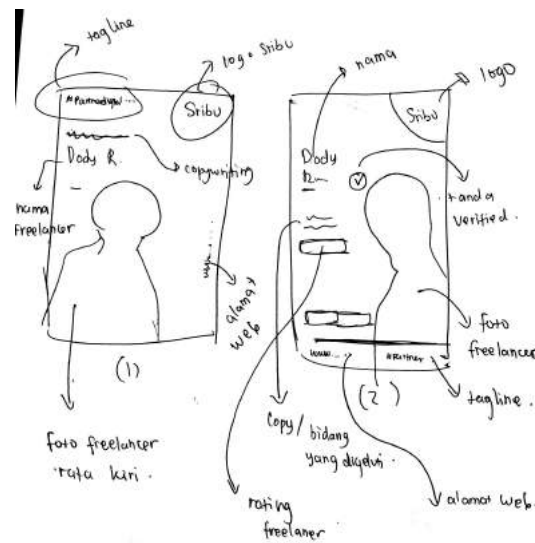
Gambar 3.9 Alternatif desain *cover highlight* Instagram

Gambar diatas merupakan tiga alternatif desain *cover highlights* yang penulis buat untuk dipilih oleh *team marketing*. Sebenarnya tidak ada perbedaan yang signifikan dari 3 alternatif desain *cover highlight* instagram ini hanya perbedaan pada warna *background*, letak tulisan dengan gambar saja. Baik dari *senior graphic designer*, *content specialist* hingga *lead marketing* sepakat memilih nomer 3 karena komposisinya terbilang pas, dengan catatan revisi *minor* logo Sribu dipindah menjadi di pojok kanan atas, hal ini berkaitan dengan letak nama aku instagram Sribu (bawaan dari instagram) yang posisinya di sebelah kiri menimbulkan tertutupnya logo Sribu.



Gambar 3.10 Revisi Letak Logo Sribu

Gambar diatas merupakan hasil revisi *minor* yang telah dikerjakan oleh penulis. Selanjutnya penulis membuat sketsa *layout* untuk isi dari pengenalan *freelancer* terbaik di Sribu yang berisikan profil mereka dilengkapi dengan foto pribadi. Foto pribadi menjadi penting selain kegunaannya pemanis dan membuat lebih menarik dalam sebuah desain, para *audience* atau calon klien dapat lebih akrab atau mengenal calon *freelancernya*.



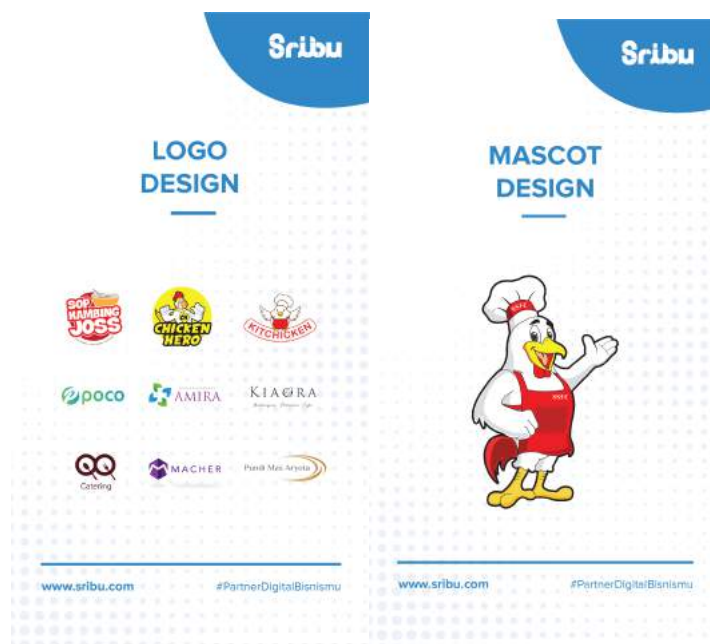
(1)

(2)

Gambar 3.11 Sketsa alternatif *layout* desain pengenalan *freelancer* sekaligus hasil digital

Gambar diatas merupakan alternatif sketsa *layout* desain *highlight* instagram untuk *freelancer* terbaik dan yang dibawahnya merupakan hasil digitalisasinya. Penulis menggunakan dua *software* dalam mengerjakan *project* ini, diantaranya *Adobe Photoshop* dan *Adobe Illustrator*. Setelah menyelesaikan dua alternatif desain, penulis menyerahkan dan mendiskusikan dengan *senior graphic design*, *content creator*, dan *lead*

*marketing* ketiganya sepakat memilih desain no 2. Dikarenakan terlihat lebih menarik, serta tidak monoton hanya menggunakan warna biru sebagai warna utama dan informasi yang disertakan jauh lebih lengkap pada desain nomor 2. *Template design* ini yang nantinya akan digunakan bagi beberapa *freelancer* terpilih yang akan di *up* pada *highlight instagram* Sribu.



Gambar 3.12 Desain portfolio *freelancer* Dody

Setelah membuat design bagian pengenalan diri *freelancer*, langkah selanjutnya penulis membuat *design template* untuk kumpulan *portfolio* milik *freelancer* Dody. *Freelancer* Dody merupakan salah satu *freelancer* yang paling laris mengerjakan *project* dari Sribu. Dari seluruh desain yang penulis buat rata-rata penulis menyamaratakan menggunakan *background* berwarna putih lalu ditambahkan sedikit ornamen titik-titik kecil agar *artboard* putih tersebut tidak terlalu kosong, untuk bagian desain *instagram portfolio freelancer* semua objek *portfolio* ditaruh *center*.



Gambar 3.13 *Project Instagram highlight best freelancer of Sribu*

Gambar diatas merupakan beberapa contoh desain *highlight instagram* untuk *project* pengenalan *the best freelancer* in Sribu yang telah penulis buat.

### 3.3.1.3. Desain *instagram post feed* Sribu

Salah satu strategi yang dilakukan oleh Sribu dalam mempromosikan produk ialah penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial dianggap mampu menarik *audience* yang luas. Melalui media sosial pula, segala macam informasi dapat dengan mudah tersebar.

Tak hanya digunakan sebagai alat berpromosi, media sosial Sribu selalu dipenuhi dengan konten yang apik bagi para audiensnya khususnya para pelaku usaha (calon klien) dan para *freelancer*. Salah satu konten

yang penulis maksud ialah konten edukasi untuk para pelaku usaha dan *freelancer*. Sribu mengharapkan konten edukasi dapat membantu para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, dan membantu para *freelancer* dalam mengerjakan pekerjaannya.

*Project* yang kali ini dikerjakan oleh penulis ialah membuat desain *instagram post feed*. Biasanya konten untuk *postingan* di *instagram* sudah disediakan oleh *content specialist*, kemudian *brief* diberikan kepada *senior graphic designer* dan diteruskan kepada *intern graphic designer*. Disetiap harinya pasti selalu ada konten *instagram* yang akan di *upload* oleh Sribu.

Hal pertama yang biasa dilakukan oleh penulis sebelum memulai desain ialah memahami isi *brief* yang diberikan oleh *content specialist*. Seperti penulis diminta membuat desain dengan warna *background* putih yang mendominasi, tetap menggunakan warna biru Sribu, jangan lupa menyertakan logo Sribu, menyertakan alamat *website* Sribu, *tagline* Sribu, hingga ketentuan konten ini dibuat untuk *single post* atau dalam bentuk *carousell post*, lalu konten ini ditujukan untuk para pelaku usaha atau *freelancer*.

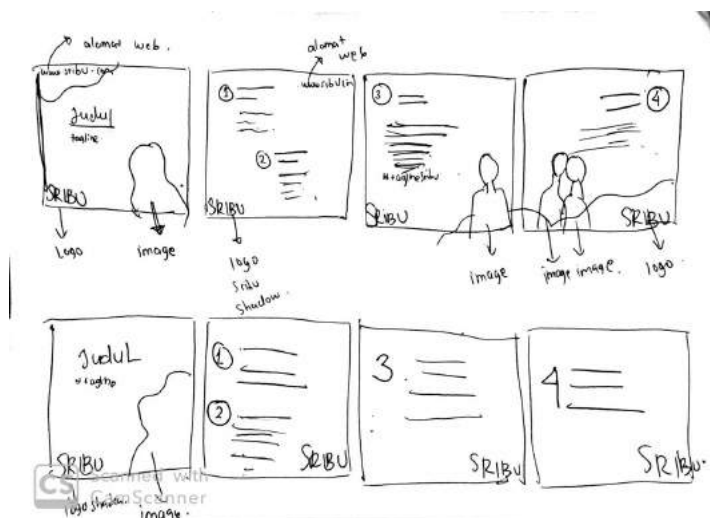
Setelah memahami isi *brief*, biasanya penulis mencari referensi desain untuk *post instagram*. Berikut merupakan salah satu referensi yang penulis gunakan dalam membuat desain *instagram post* Sribu.





Gambar 3.14 Referensi desain *instagram post*  
(Sumber : instagram @sirclo)

Setelah menemukan referensi hal selanjutnya yang biasa penulis lakukan ialah membuat sketsa kasar *layout* desain *instagram post*. Berikut adalah gambaran sketsa kasar *layout* desain *instagram post* dengan pilihan 2 alternatif.



Gambar 3.15 Sketsa 2 alternatif desain *layout instagram post (carrousell post)*

Setelah membuat dua pilihan alternatif desain *layout*, penulis menyerahkan hasil sketsa kasar tersebut ke *senior graphic designer*, lalu berdiskusi dengan *content specialist* dan *lead marketing*, ketiganya sepakat untuk memilih desain *layout* yang pertama (atas) dikarenakan desain *layout* yang pertama (letaknya yang atas) jauh lebih dinamis tata letaknya dan tidak monoton. Kemudian penulis diminta untuk membuat versi digitalnya.



Gambar 3.16 Proses digitalisasi desain *layout instagram (carousell post)*

Gambar diatas merupakan proses penulis dalam membuat desain *layout instagram post*. Dalam membuat *project* ini, penulis menggunakan *software Adobe Illustrator* dengan ukuran *artboard* 640 x 640 px (jika bentuknya *carousell* berarti dikali 4).

Visual yang digunakan ialah ilustrasi gambar vektor 2 dimensi hal ini dikarenakan agar desain terlihat lebih *fresh* dan dapat mencangkup para pelaku usaha/ *entrepreneur* muda yang melihatnya. Adanya penggunaan visual gambar diperuntukan agar desain jauh lebih menarik dan para audiens dapat memiliki gambaran tentang apa isi konten instagram tersebut. Penulis menggunakan *font Proxima Nova* dalam semua *copywritingnya*.





Gambar 3.17 Final desain instagram post (carousell post)

Gambar diatas merupakan *final desain instagram post* dengan *carousell post* yang sudah disetujui oleh *senior graphic designer, content specialist, dan lead marketing*.

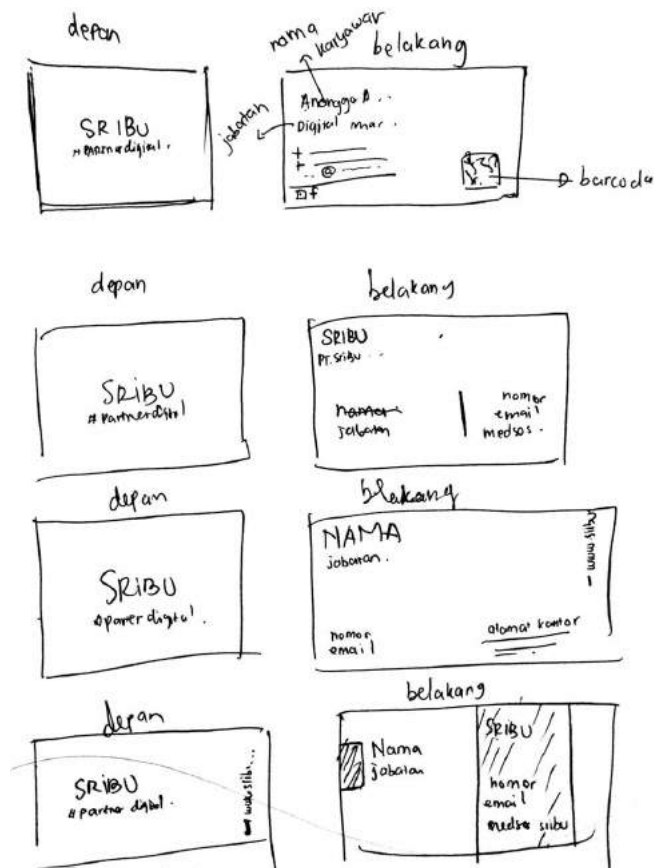
#### 3.3.1.4. Desain Name Card karyawan Sribu

*Project* lainnya yang dikerjakan oleh penulis ialah membuat desain kartu nama baru yang akan digunakan oleh karyawan Sribu terkhusus bagi karyawan yang lebih sering untuk bertemu *client*, media, maupun datang di sebuah *event* pameran.

Salah satu fungsi dari kartu nama ialah memberikan informasi mengenai seseorang dengan keahlian yang dijualnya, jika ia bekerja pada sebuah perusahaan tentu menyertakan beberapa informasi mengenai perusahaannya guna membuat orang lain yang menerima kartu nama tersebut mampu dengan mudah dan lebih tertarik untuk mencari tau mengenai si perusahaan tersebut. Menurut *brief* yang diberi oleh *content specialist*, penulis diminta membuat desain kartu nama Sribu, menggunakan warna *primary* Sribu, sertakan informasi logo perusahaan,

nama karyawan, jabatan, nomor telepon, *e-mail* karyawan tersebut, alamat kantor, desain dibuat *simple, modern*.

Berdasarkan brief diatas, penulis mulai mencari beberapa refrensi guna mencari ide bagaimana desain yang tepat untuk kartu nama Sribu. Kemudian penulis mulai membuat beberapa alternatif sketsa *layout* kartu nama Sribu. Gambar dibawah ini merupakan sketsa yang telah penulis buat.



Gambar 3.18 Sketsa alternatif desain *layout* namecard

Setelah penulis membuat beberapa sketsa alternatif *layout* untuk desain kartu nama, langkah selanjutnya yang penulis lakukan ialah membuat versi digitalnya menggunakan *software Adobe Illustrator*.

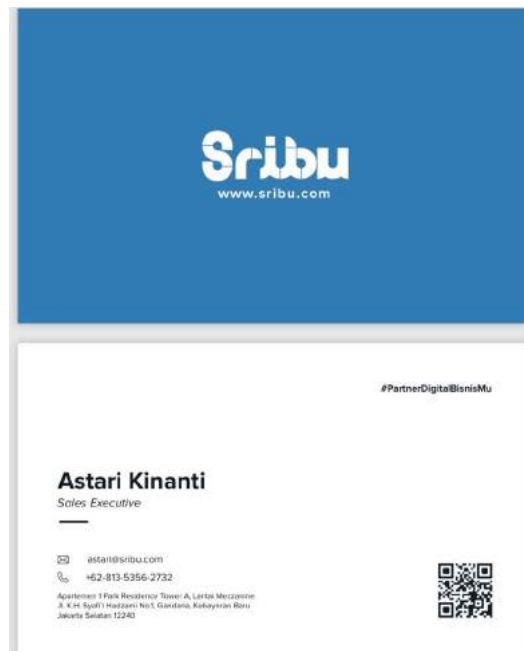


Gambar 3.19 Hasil digital alternatif *layout* desain kartu nama Sribu

Gambar diatas merupakan empat pilihan desain *layout* untuk kartu nama dua sisi depan dan belakang. Selanjutnya penulis memberikan desain kartu nama tersebut kepada team marketing yang terdiri dari *senior graphic designer*, *content specialist*, dan *lead marketing* untuk didiskusikan dan dipilih desain mana yang akan digunakan.

Setelah didiskusikan, yang terpilih dari keempat desain tersebut ialah desain pertama yang letaknya paling atas. Kemudian *Leader marketing* sempat memberikan catatan untuk merevisi beberapa hal yang





Gambar 3.21 *Final* desain kartu nama sribu

Gambar diatas merupakan hasil *final* desain kartu nama Sribu, kemudian penulis menyimpannya menjadi beberapa *file*, baik *ai*, *png*, *pdf*, dan diupload di *group marketing* agar dapat langsung digunakan.

### 3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Kendala yang penulis alami selama praktik kerja magang di PT. Sribu Digital Kreatif adalah sebagai berikut :

#### 1. Kendala Pribadi

Kendala Pribadi yang dihadapi oleh penulis adalah laptop yang penulis gunakan dan yang dimiliki penulis terkadang berjalan sangat lambat, sehingga terkadang membuat penulis kesulitan dalam mengerjakan suatu pekerjaan yang bersifat *urgent*. Kendala berikutnya jarak antara rumah dan tempat magang yang lumayan jauh memakan waktu yang lama untuk dan tenaga yang cukup banyak terkuras.

#### 2. Kendala Pekerjaan

Kendala pekerjaan yang penulis hadapi ialah diminggu pertama penulis masuk, jumlah desainernya hanya satu yang merupakan senior desainer grafis ditambah dengan penulis berarti hanya cuma dua desainer internal,

sedangkan proyek yang dikerjakan saat itu banyak sekali dan kami berdua merasa kewalahan. Penulis memberi masukan kepada *Lead Marketing* untuk menambah desainer *intern*, dan akhirnya desainer *intern* ditambah menjadi dua orang. Desainer dengan total desainer menjadi 4.

Kendala subjektif penulis pada saat praktik kerja magang ialah budaya perusahaan yang bekerja pada *fast phase*, sedangkan butuh penyesuaian khusus bagi penulis untuk bekerja secara baik namun cepat.

### **3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Berdasarkan kendala yang penulis paparkan diatas, berikut merupakan Solusi atas kendala yang penulis hadapi :

#### **1. Kendala Pribadi**

Mau tak mau penulis harus lebih sering *membackup* kerjaan ke *flashdisk* karena penulis memiliki *harddisk eksternal* namun settingannya yang tidak bisa digunakan pada laptop *macbook*, lalu menghapus beberapa *file* pribadi yang dirasa sudah tidak penting. Untuk meminimalisir tingkat kelambatan pada laptop penulis, penulis berinisiatif hanya membuka *software* yang diperlukan saja. Permasalahan mengenai jarak rumah dan kantor yang jauh pada akhirnya tidak terlalu menjadi masalah pasalnya, banyak karyawan lain yang rumahnya lebih jauh daripada penulis namun tetap semangat bekerja. Jadi, penulis memutuskan untuk tidak terlalu mempermasalahkan hal tersebut.

#### **2. Kendala Pekerjaan**

Solusi yang dilakukan oleh penulis ialah berani berbicara dan berpendapat dengan *Lead Marketing* yaitu Anangga Gunawan, beliau merupakan *leader* yang baik dan kebetulan berbaur dengan *timnya* sehingga mempermudah penulis dalam menyampaikan pendapatnya untuk menambah desainer baru meskipun diawal merasa segan. Solusi selanjutnya yang penulis lakukan dalam menghadapi kendala mengenai kerja *fast phase* adalah dengan membuat *list what to do* terperinci sehingga pelan-pelan penulis belajar untuk membedakan mana prioritas pekerjaan



yang membutuhkan waktu yang lama dan mana pekerjaan yang bisa dikerjakan dengan cepat dan tepat.